

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas bisnis perusahaan. Aktivitas bisnis merupakan kegiatan perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat. Untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara berkelanjutan, tidak menutup kemungkinan perusahaan pasti mengalami persaingan usaha dengan perusahaan lain. Dengan adanya persaingan tersebut tentu menuntut setiap perusahaan untuk dapat terus bersaing mempertahankan kualitas produk dan kelangsungan aktivitas bisnis perusahaan untuk menghasilkan dan meningkatkan laba.

Dalam hal ini aktivitas yang dijalankan perusahaan berperan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Berhentinya aktivitas perusahaan mengakibatkan tidak diperolehnya laba dan perlahan perusahaan akan mengalami kerugian. Untuk dapat menjaga kelangsungan hidup aktivitas perusahaan perlu memperhatikan faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut yaitu faktor internal dan faktor dari eksternal perusahaan. Faktor internal yaitu faktor yang datang dari dalam perusahaan, meliputi manajer, karyawan, maupun pemegang saham. Sedangkan faktor eksternal yaitu faktor yang datang dari luar perusahaan, meliputi konsumen, pesaing, kondisi ekonomi, kondisi social, serta kondisi geografis.

Setiap perusahaan yang bersifat *profit oriented* bertujuan untuk memperoleh laba maksimal dalam menjalankan aktivitas utama usahanya.

Aktivitas utama dari perusahaan yang menghasilkan laba adalah kegiatan penjualan. Penjualan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan karena dari penjualan tersebut perusahaan akan mendapat laba yang dapat digunakan untuk kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Selain itu, penjualan yang maksimal atau sesuai dengan yang telah ditargetkan oleh perusahaan dapat menjadi ukuran keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Penjualan merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang paling penting karena dari sektor penjualan terdapat aliran pendapatan yang bisa digunakan untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan.

Tidak adanya pengawasan secara langsung di sektor penjualan perusahaan membuka kemungkinan terjadinya penyimpangan, penyelewengan dan ketidakefisienan. Oleh karena itu, perlu adanya struktur pengendalian internal penjualan yang baik agar hasil penjualan dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Terkait hal ini menjadi tanggung jawab manajemen sehingga manajemen dituntut hati-hati dalam menangani masalah penjualan. Manajer harus cepat mengambil tindakan dan mengarahkan kembali sesuai tujuan ketika terjadi penyimpangan. Untuk mengantisipasi kondisi tersebut dibutuhkan suatu pengendalian, sehingga dari pengendalian diperoleh data yang andal, menggunakan catatan untuk aset, mendorong efisiensi operasional perusahaan, dan mendorong ketaatan kepada kebijakan perusahaan yang telah ditetapkan manajemen.

Untuk perusahaan yang relatif kecil dimana operasi atau aktivitas perusahaan dapat dikerjakan oleh beberapa orang, pemilik atau pemimpin perusahaan dapat mengawasi dan mengendalikan segala sesuatu yang terjadi dalam perusahaan secara langsung. Setelah perusahaan berkembang maka keikutsertaan pemilik atau pimpinan sulit dilakukan sepenuhnya karena keadaan perusahaan telah meluas dan struktur organisasi menjadi semakin kompleks. Dengan adanya persoalan tersebut manajemen perlu melimpahkan wewenang dan tanggungjawab ke tingkat dibawahnya. Semakin besar

perusahaan maka dibutuhkan pelimpahan wewenang untuk mengendalikan perusahaan sehingga aktivitas perusahaan dapat dikendalikan oleh manajemen. Bentuk pelimpahan wewenang untuk mengendalikan perusahaan dari dalam menjadi langkah yang baik guna mencapai target operasional dalam hal ini penjualan perusahaan. Pengendalian dari dalam atau pengendalian internal menjadi hal yang sangat dibutuhkan guna mengamankan aset perusahaan dan memonitoring seluruh aktivitas, terlebih aktivitas penjualan yang menjadi kegiatan utama kebanyakan perusahaan. Pengendalian internal merupakan suatu cara yang dikembangkan perusahaan dan dijalankan oleh audit internal. Pengendalian internal dijalankan oleh audit internal melalui prosedur yang menunjang tercapainya tujuan perusahaan sehingga diharapkan dapat mengurangi terjadinya kesalahan, penyelewengan, dan kecurangan terhadap aktiva perusahaan. Pentingnya audit internal dikemukakan oleh Willson dan John (1986:132), “Dengan adanya bagian audit internal yang baik merupakan suatu unsur yang penting dari sistem pengendalian internal. Audit internal menjadi “mata dan telinga” dari manajemen untuk menetapkan status dari sistem pengendalian internal”.

Mengingat sangat pentingnya penjualan di perusahaan maka dibutuhkan pengendalian internal yang efektif. Dampak ketika terjadi pengelolaan yang kurang efektif pada penjualan berakibat tidak tercapainya tujuan perusahaan untuk menghasilkan laba maksimal. Selain itu penjualan harus mampu menghasilkan aliran pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya-biaya operasi yang telah dikeluarkan dan dapat memperoleh pengembalian investasi bagi para pemodal, inilah yang mendasari pentingnya pengendalian internal atas penjualan. Penjualan juga menjadi sumber utama kehidupan perusahaan dan aktivitas utama perusahaan. Oleh karena itu transaksi-transaksi penjualan harus dikendalikan dengan baik.

Dari uraian diatas jelas bahwa pengendalian internal yang efektif atas penjualan untuk mengelola penjualan sangat penting. Keefektifan pengendalian internal penjualan dibutuhkan agar pengendalian internal

diperusahaan dapat membantu manajemen untuk memperbaiki atau mengembangkan aktivitas penjualan perusahaan. Untuk menilai keefektifan pengendalian internal atas penjualan diperlukan penilaian dan pengawasan yang dilakukan oleh audit internal selaku supervisi independen yang ditugaskan manajemen.

PT. Tristar Global Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian kartu seluler dan layanan telekomunikasi XL. Sebagai partner dari PT. XL Axiata sejak 2007 dan saat ini dipercaya untuk mengelola cluster (wilayah penjualan) di area Malang. PT. Tristar Global Indonesia bergerak di pendistribusian dan penjualan layanan kartu XL, sehingga kegiatan penjualan merupakan kegiatan utama perusahaan.

Meskipun PT. Tristar Global Indonesia sudah menerapkan software Mdis dan dapat yang melaporkan hasil penjualan per hari secara online pada setiap sales perusahaan, belum menjadi jaminan keefektifan penjualan tanpa adanya perlakuan dan pengawasan lanjutan yang independen dari manajemen. Oleh karena itu, sistem pengendalian yang independen dan efektif yang dilakukan bagian audit internal sangat dibutuhkan agar target penjualan perusahaan dapat dicapai sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditentukan.

Mengingat beberapa akibat ketika pengendalian tidak efektif seperti target penjualan tidak maksimal, tidak adanya pemisahan wewenang pada penjualan perusahaan, penyelewengan penjualan, dan hilangnya aset perusahaan akan menyebabkan potensi kerugian dalam perusahaan. Untuk itu perusahaan membutuhkan struktur pengendalian internal yang dijalankan audit internal sebagai bagian dari perusahaan yang bersifat independen untuk menilai dan memberi saran kepada pihak manajemen dalam memutuskan segala permasalahan dan rencana perusahaan ke depannya.

B. Rumusan Masalah

Pada perusahaan industri, suatu pengendalian internal yang efektif sangat dibutuhkan untuk mengendalikan aktivitas penjualan. Audit internal merupakan suatu bagian yang melaksanakan penelitian secara bebas terhadap pengendalian internal perusahaan. Hasil penilaian diberikan kepada manajemen untuk mengetahui apakah pengendalian internal penjualan sudah dilaksanakan secara efektif dalam perusahaan.

Dari uraian tersebut penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang akan menjadi pokok pembahasan dalam skripsi ini, yaitu “Bagaimana peranan audit internal dalam menunjang keefektifan pengendalian internal atas penjualan”?

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini untuk menganalisis peran audit internal dalam menunjang efektivitas pengendalian internal penjualan.

Manfaat penelitian :

1. Bagi akademis :
 - a. Sebagai bentuk penerapan ilmu yang diperoleh di perkuliahan.
 - b. Sebagai gambaran pekerjaan audit internal di suatu perusahaan.
 - c. Sebagai informasi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.
2. Bagi praktisi dan bisnis :
 - a. Upaya pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan pengendalian internal penjualan.
 - b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan bagaimana menerapkan audit internal yang baik sebagai suatu bagian yang independen dalam perusahaan.

